

DEMARCHE STRATEGIQUE

1

**SELECTION D'UN
PRODUIT/SERVICE**

VALIDATION DU
CONCEPT AUPRES DE
GROUPES

T
E
M
O
I
N
S

E
L
A
R
G
I
S

2

**A
N
A
L
Y
S
E**

INTENSITE
CONCURRENTIELLE

VALEUR DU SEGMENT

ENVIRONNEMENT DU
SEGMENT

OBSTACLES A L'ENTREE

CONDITIONS
D'ENTREE ET DE
REUSSITE

3

**CHOIX D'UN
POSITIONNEMENT**

CAPACITES ET
RESSOURCES
DISPONIBLES